

Агеева Любовь Владимировна

доцент,

КНИТУ-КАИ

Россия, г. Казань

© Л.В. Агеева

Портрет современного арт-журналиста

Аннотация. В статье определены формы освещения тем культуры и профессионального искусства в СМИ в зависимости от специфики издания. На базе практического опыта работы журналистов в этой сфере автором предпринята попытка систематизировать причины творческих неудач, сформулированы условия успешной деятельности в этой области. Прежде всего, это хорошее знание предмета, что поможет объективно оценивать события и избежать фактических ошибок, умение верно определить цель публикации. Кроме того важно качество личностного потенциала арт-журналиста, его умение отличать факты от мнений и избегать пристрастных оценок.

Ключевые слова: культура, искусство, зрители, медиаперсона, «просвещенный дилетант», пресс-служба, оперативная журналистика, рецензия.

Abstract: The article deals with the coverage forms of culture topics and professional art in the mass-media, depending on the specifics of edition. On the basis of practical experience of the journalists in this area the author attempts to systematize the causes of creative failures and to formulate the conditions of successful activity in this area. First of all, it is a good knowledge of the subject that help the objectively evaluate the art-events and to avoid errors of fact, the ability to correctly identify the purpose of the publication. In addition, it is important to the quality of individual potential of art-journalist, his ability to distinguish fact from opinion and to avoid of biased estimates.

Key words: mass-media, topics of culture, topics of art, press-office, on-line journalism, audience, media-person, enlightened amateur, review.

Обычно арт-журналистам в редакциях завидуют. Со стороны в их жизни на самом деле много привлекательного. Бывают на всех крупных культурных событиях, причем чаще всего бесплатно; дружат с известными деятелями искусства... Однако за парадной стороной есть то, что другие не замечают. Арт-журналист работает без твердого графика, обычно за порогом рабочего дня, поскольку многие культурные события случаются вечером, в выходные и праздники. И материал нужно выдать сразу после концерта, спектакля или встречи...

Чтобы понять, каким должен быть современный арт-журналист, необходимо уточнить, как СМИ рассказывают о культуре, о профессиональном искусстве. Ведь специфика отражения в СМИ этих тем диктует своеобразие требований к журналисту, определяет специфику его работы в каждом конкретном случае.

Есть два направления освещения тем культуры и искусства в СМИ. Первое связано с созданием своеобразной культурной летописи страны, региона, города. Это преимущественно оперативная журналистика, но порой используются комментарии, интервью экспертов, участников событий, зрителей-слушателей и другие аналитические жанры, не требующие глубокого анализа. Оперативная журналистика – это область приложения сил журналистов, чаще всего штатных. Иногда в редакции есть отдел культуры, порой о спектаклях и концертах пишут все, кому поручат. Важное требование к материалам этой группы – их максимальная объективность и обезличенность, традиционно журналисты избегают в информационных материалах своих оценок и мнений, хотя при этом вполне допустимы комментарии и оценки других лиц.

Репортеру достаточно общей осведомленности культурного человека, который умеет отличить роман от повести, симфонию от концерта, балет от оперы. Часто получается, что личные пристрастия журналистов не совпадают с редакционным заданием. Ты любишь импрессионистов, а тебя посылают на выставку авангардистов... Тебе по душе классика, но редакцию заинтересовал рок-фестиваль... Хорошо, если в редакции есть как любители классической музыки, так и рока, а если репортер по теме культуры только один?

Молодые арт-журналисты пишут в основном о том, что им лично нравится. Вполне может оказаться так, что СМИ не рассказывает о симфонических концертах потому, что журналист, пишущий на темы культуры, не любит симфонической музыки. Так и получается, что некоторые области культуры и даже профессионального искусства практически выпадают из поля

зрения современных СМИ. Мы наблюдаем мозаичный характер публикаций даже в специализированных изданиях.

Важным тематическим направлением арт-журналистики являются публикации о деятелях культуры и искусства, которые широко представлены в популярных СМИ, особенно в гляцевых журналах и телегидах. Здесь чаще всего используется жанр интервью.

Практика показывает, что выбор собеседников для интервью сегодня зачастую определяется факторами, которые имеют мало общего с искусством. Например, умением журналиста воспользоваться ситуацией, когда начинающий артист, писатель, художник готов заплатить за публицити, или, наоборот, желанием редакции привлечь внимание к своему СМИ с помощью уже раскрученной медийной персоны. Порой материалы о «звездах» мало касаются того, чем они занимаются, то есть творчества. Разговор идет о частной жизни, о любимых собачках, о пристрастиях в мире моды и т.д.

Второе направление арт-журналистики предполагает анализ культурных событий, в целом культурного пространства. Это не просто поток мнений, это определение приоритетов, выявление тенденций и проблем.

В советской журналистике была еще одна сверхзадача – воспитание вкусов, повышение уровня культуры в обществе. Помнится, в общественно-политической газете «Вечерняя Казань» было до 20-ти рубрик по темам культуры и искусства. Это и специализированные рубрики («Клуб филофонистов», «Уроки музыки»), и поддержка культурных проектов (фестиваль «Джазовый перекресток», фестиваль классической музыки «Вечерняя Казань»). Отдел культуры считал одной из главных своих задач просветительство.

На помощь редакциям здесь приходят в качестве внештатных авторов специалисты: искусствоведы, музыковеды, театроведы, литературоведы. При этом используются преимущественно жанры рецензии, проблемного интервью или статьи. Это область авторской журналистики.

Второе направление сегодня в основном представлено в специализированных изданиях. В СМИ, рассчитанных на массовую аудиторию, публикаций специалистов практически нет. Например, из казанских музыковедов пишет только Маргарита Файзулаева. Сами музыковеды объясняют это невостребованностью их материалов. Возможно, и в самом деле современные СМИ не нуждаются в профессиональных рецензиях, а по-другому музыковеды старой школы писать не умеют.

Тогда где молодые аналитики? Ведь в Казанской консерватории есть целый факультет со специализацией «Музыкальная журналистика».

При желании на этом направлении есть простор и для творчества арт-журналиста. Особенно если он имеет некоторые профессиональные знания о мире культуры и искусства – учился в специализированной школе или занимался самообразованием. Как и любой зритель или слушатель, он может говорить о своих впечатлениях.

Полноценных рецензий журналисты, как правило, не пишут. И не только потому, что этот жанр требует профессиональной подготовки и опыта. Им не хватает знаний о мире культуре, о специфике отдельных сфер деятельности людей искусства. В этой ситуации полезно общение с консультантами, с теми же «...ведами».

Место специалистов сегодня заняли журналисты. Зачастую их анализ сводится к личной оценке. Они либо хвалят, либо ругают, не имея на это ни морального авторитета, ни соответствующих профессиональных знаний. И тот, и другой подход одинаково бесполезен для дела. Для дела опасны как субъективные, а лучше сказать – пристрастные оценки журналистов, так и нацеленность творцов на похвалу. Хвалебная журналистика тешит самолюбие артистов, разгромные материалы – самолюбие журналистов. А вот полноценного общения между журналистами и деятелями культуры не получается. И дело страдает.

Вопрос не в том, что журналисты не должны писать о концертах или спектаклях. Надо научить их это делать профессионально. И творческие союзы композиторов, художников, писателей должны быть в этом заинтересованы.

В советские времена Всесоюзное театральное общество выступало организатором специальных мастерских для начинающих театроведов и журналистов, в которых высококвалифицированные специалисты на примере лучших театров страны учили смотреть и оценивать спектакль профессионально, не только содержание, но и работу постановочной группы, игру артистов... Почему бы сегодня не делать то же самое творческим союзам хотя бы нашей республики?

Нельзя сводить знакомство с миром искусства только к сумме фактических знаний, хотя и это важно. Речь идет о качестве личностного потенциала арт-журналиста. В свое время на отделении журналистики в Казанском государственном университете нас учили литературе – от Гомера до Всеволода Вишневского и Валентина Распутина. Заставляли читать огромное количество текстов в первоисточнике. Мы возмущались... А потом оказалось,

что нас учили не только творчеству Толстого или Платонова. Нас учили чему-то большему.

Впрочем, можно и без специальной учебы усвоить несколько правил, соблюдение которых поможет арт-журналистам стать авторитетными авторами, с мнением которых считаются и деятели культуры, и зрители – слушатели – читатели.

Есть общие профессиональные требования, такие, например, как хорошее знание сферы деятельности, о которой журналист пишет. Арт-журналист должен быть эстетически образованным человеком, чтобы ориентироваться во мнениях, суждениях, эстетических течениях. Иначе он может легко попасть в глупое положение, пойдя на поводу у тех, кто хочет заручиться его поддержкой. Желающие использовать журналистов в своих частных целях есть всегда.

Для объективного анализа мало личного впечатления. Не получится хорошего материала о премьерном спектакле, если ты не знаешь этот театр, не следишь за творчеством конкретного режиссера, актеров, занятых в этой постановке... Хорошо бы посмотреть спектакль несколько раз, с разными исполнителями, на премьере и через некоторое время, когда спектакль «устоялся». К сожалению, чаще всего публикации появляются сразу после премьеры, и потом к спектаклю ни одно СМИ уже не возвращается.

Но журналист не может знать обо всем. Он может быть только просвещенным дилетантом. Мало какая редакция может позволить себе иметь в штате арт-журналистов узкой специализации, как это было в свое время в «Вечерней Казани», где один человек занимался балетом, другой – драматическим театром, третий – цирком. А потому порой в современных СМИ – элементарные ошибки. В Казань приезжает Дмитрий Хворостовский – СМИ сообщают, что он будет петь увертюры к операм. В городе гастрوليрует Театр имени Антона Чехова, а коллеги пишут о гастролях МХАТа имени А.П. Чехова.

Надо сказать, что материалы о культуре читает в основном образованная часть аудитории СМИ, а потому фактические ошибки журналистов воспринимаются особенно остро. Но бывают случаи, когда сообщаемым ими сведениям приходится верить. Например, сообщается, что знаменитый музыкант приехал в Казань впервые. О том, что он был здесь уже два или три раза, знают единицы.

Не исключено, что журналист узнал об этом из пресс-релиза. К сожалению, ошибки в сообщениях пресс-служб сегодня – не редкость. Ошибки в фамилиях, именах собственных, названиях исполненных сочинений... Журналистов спасает от позора только то, что культурный уровень многих

современных читателей, слушателей, зрителей так низок, что они многих ошибок просто не замечают.

Пресс-службы стали надежными помощниками арт-журналистов, облегчая их труд по сбору фактического материала. Раньше было принято писать только о тех событиях, на которых журналист был лично. Сегодня подробности журналист узнает из пресс-релизов. Зачастую это даже пост-релизы с элементами рецензии. При этом не считается зазорным публиковать один и тот же текст в разных СМИ, порой даже без указания на источник информации.

Сформировалось целое направление арт-журналистики – анонсная журналистика. СМИ пишут в основном о том, что какое-то культурное событие БУДЕТ. Порой читатели могут и не узнать, состоялось оно или нет.

О том, как подобная практика может деформировать информационную картину культурного пространства, можно показать на публикациях, посвященных Государственному симфоническому оркестру РТ.

Когда в редакции приходили пресс-релизы с полной информацией, СМИ много и охотно рассказывали о концертах, гастролях, других информационных поводах, на которые был так щедр оркестр. Теперь в пресс-релизах содержится лишь скупая информация. Так же скуп сайт оркестра. Поэтому многие события теперь остаются без внимания. Например, по моему запросу о концерте оркестра в Мариинском театре поисковые системы Интернета выдали только анонсные публикации. О том, что концерт состоялся, я узнала только на сайте Мариинского театра.

Некоторые журналисты умудряются писать на темы культуры, не бывая на выставках, концертах, в театре и музее. И театры, например, не видят в этом большой проблемы. В современных условиях, когда они вынуждены считать деньги, у них каждое место в зрительном зале на учете. СМИ тоже редко видят в проблеме в том, что журналист не ходит в театры и на концерты, поскольку сегодня практически во всех учреждениях культуры и у всех крупных творческих коллективов есть пресс-секретари, которые дают редакциям необходимую информацию.

Были времена, когда Татарский театр оперы и балета имени М. Джалиля во время Шаляпинского и Нуриевского фестивалей выделял для журналистов специальную ложу. Сегодня место гарантируют далеко не всем. Журналисту предлагается купить билет на общих основаниях – найти деньги, выстоять очередь в кассу. Разве при этом у него появится желание посмотреть все спектакли фестиваля?

А потом театры удивляются, что в СМИ нет аналитики, что журналисты пишут в основном информационные заметки.

Практика посещения журналистами культурных учреждений везде разная. В США, например, не приняты бесплатные посещения – редакции тем самым оберегают свое право писать объективно.

В России, как правило, журналистам выделяют бесплатные места. Но при этом как бы само собой разумеется, что наградой будет комплиментарное мнение. И если журналист отличается независимой позицией, его просто не приглашают на премьеры.

Важным профессиональным требованием при написании рецензий выступает умение отделить факты от мнений, в том числе своего. Субъективность при оценке событий культурной жизни, естественная при оценке концерта, спектакля, книги, фильма, не отменяет объективного анализа замысла их создателей. Но об этом замысле читателям порой не сообщается. Увеличилось число рецензий, в которых авторские симпатии и антипатии становятся единственным мерилom при оценке культурных событий, при этом их авторы порой не утруждают себя представлением других точек зрения, кроме собственной.

Конечно, никто не запретит журналисту иметь свои пристрастия в мире искусства, но он не имеет права делать их точкой отсчета при выборе тем и информационных поводов.

Арт-журналисту надо быть максимально беспристрастным – не поддаваться сиюминутному настроению, не писать критическую рецензию только потому, что тебе на премьере дали не очень удачное место, не «ловить блох», если прочитал разгромные рецензии коллег из другого СМИ – чтобы быть в тренде.

Есть еще одна зона журналистских предпочтений, которые могут деформировать информационную картину культурной жизни города, региона. Журналист не может иметь любимчиков или изгоев в мире искусства. Если корреспондент отдела культуры не любит какого-то артиста, писателя или музыканта, это не значит, что его СМИ никогда не назовет его имя. Но именно так порой случается на практике.

Как известно, профессия журналиста предъявляет особые требования к умению человека общаться с другими. У каждого свои секреты умения расположить к себе, разговорить, и это не просто желание понравиться. Это гарантия того, что ты получишь всю необходимую информацию.

Каждый журналист может привести десятки примеров своих побед и своих неудач в общении. И не всегда наши неудачи вызваны нашим неумением общаться. Бывает, что собеседник просто не хочет давать интервью. В качестве примера могу привести встречу с выдающейся певицей Марией Биешу, которая отказалась разговаривать с корреспондентом газеты «Вечерняя Казань» только потому, что провела бессонную ночь в казанской гостинице «Татарстан». Заявив, что у нее нет времени даже на 5 минут общения, она 15 минут ругала тараканов, которые не давали ей спать. Чтобы не сорвать задание в номер, пришлось проявить все свои способности, чтобы заставить ее хотя бы на 10 минут забыть про тараканов и ответить на пару вопросов на первую полосу газеты.

Порой встречаешься с откровенным хамством, когда только редакционное задание заставляет тебя продолжить общение.

Есть у этой проблемы еще один аспект. В качестве кого журналист выступает, когда берет интервью у знаменитости? В качестве зрителя, который имеет возможность общаться со звездой? Или все-таки в качестве репортера, который пришел в гримерку не за автографом, а за информацией?

Интерес журналиста к звезде – чисто профессиональный. Это заставляет держать с артистом определенную дистанцию. Приведу характерный пример из собственной практики. Известный комедийный артист и шоумен Александр Ревва 28 сентября 2014 года представил казанским журналистам новый фильм «Смешанные чувства». На пресс-конференции были в основном молодые коллеги. Оказывается, они пришли вовсе не на фильм, а «на Ревву». Я и не догадывалась о том, что он так популярен в молодежной среде. Начинающие журналисты, в основном журналистки, его не только знают, но и обожают. Это было видно и по вопросам, которые они задавали, и по желанию «сфоткаться» с кумиром. Мы в свое время таких эмоций не проявляли, даже если выпадал шанс встретиться с самой большой знаменитостью, заглянувшей в Казань. Например, с Муслимом Магомаевым или Святославом Рихтером.

Современная поп-культура сформировала **своего** журналиста. Когда звезд делают «фабричным» способом, он призван создавать в СМИ атмосферу всеобщего обожания. Журналист тут – не более чем часть услуги. Подобного раньше не наблюдалось.

Личный опыт показывает, что лучше не заводить друзей среди тех, о ком пишешь. А они к этому стремятся: приглашают не только на премьеры, но и в гости. Не надо обольщаться: их интерес к нам – чисто прагматический. Мы им нужны только тогда, когда полезны. Конечно, есть исключения. И даже если с

кем-то подружился, ходишь в гости, вместе отдыхаешь, все равно стоит держать дистанцию. Это хорошо спасает от субъективных оценок.

Нет единого мнения о том, кто более успешен в арт-журналистике. Кто-то считает, что нельзя писать о музыке, если не учился в музыкальной школе. Можно поднять планку – если у тебя нет диплома консерватории. Однако практика показывает, что это желательное, но не обязательное условие. Нельзя сбрасывать со счетов самообразование. Главное – чтобы журналист имел искренний интерес к тому, о чем пишет.